



～2025 年度 JCSI (日本版顧客満足度指数) 第 2 回調査結果発表～

高島屋 初の顧客満足 1 位

ヤマト運輸 17 年連続 顧客満足 1 位

公益財団法人日本生産性本部 サービス産業生産性協議会

公益財団法人日本生産性本部 サービス産業生産性協議会は 7 月 30 日、2025 年度 JCSI (Japanese Customer Satisfaction Index: 日本版顧客満足度指数) 第 2 回調査として、8 業種 (百貨店、スーパーマーケット、コンビニエンスストア、ドラッグストア、宅配便、QR コード決済、電子マネー、ショッピングセンター) の顧客満足度を発表しました。

本調査は、サービス産業の生産性を測るうえで重要な「顧客満足」等を数値化・可視化して、企業や業種の成長に資する情報として用いることを目的とした日本最大級の顧客満足度調査です。顧客満足度並びに関連指標の計 9 指標を調査しています。9 指標のうち、特に経営目標に活用しやすい「顧客満足」「推奨意向 (おすすめ度)」「感動指標」の 3 指標の結果は以下の通りです。

※ 9 指標については、p. 5 指数化の方法を参照。各指標の結果については別添・詳細資料参照。

【各業種の 1 位企業・ブランド】

業種	顧客満足	推奨意向 (おすすめ度)	感動指標
百貨店	高島屋	阪急百貨店	高島屋
スーパーマーケット	オーケー	コストコ	コストコ
コンビニエンスストア	セイコーマート	セイコーマート	セイコーマート
ドラッグストア	ドラッグストアコスモス	ドラッグストアコスモス	ドラッグストアコスモス
宅配便	ヤマト運輸	ヤマト運輸	佐川急便
【特別調査】QRコード決済	楽天ペイ	楽天ペイ	楽天ペイ
【特別調査】電子マネー	WAON	WAON	WAON
【特別調査】ショッピングセンター	ららぽーと	ルクア大阪	ルクア大阪

顧客満足：利用して感じた満足の度合いを示します。 推奨意向(おすすめ度)：利用したサービスの内容について、うれしい経験・楽しい経験をどの程度、人に伝えるかどうかを示します。 感動指標：該当企業・ブランドを利用した際に感動や驚くような経験をどの程度したかを示します。

<JCSI 調査の仕様> ※詳細は別添資料をご参照ください

調査期間：2025 年 5 月 21 日～6 月 2 日 調査方法：インターネット調査

回答者数：19,796 人 (順位に含む 54 企業・ブランドの回答者は、17,366 人)

調査対象：8 業種 65 企業・ブランド

【お問合せ先】公益財団法人日本生産性本部 サービス産業生産性協議会 事務局 (担当：船先・田中)

〒102-8643 東京都千代田区平河町 2-13-12 TEL：03(3511)4010 E-Mail：jcsi@ipc-net.jp

URL：<https://www.service-js.jp>

お願い：

- (1) 本紙は報道用資料です。許可なく、報道を除く企業活動(広告・販促等)に転用することを禁止します。
- (2) 本発表内容の引用に際しては、「出典：サービス産業生産性協議会 2025 年度 JCSI 第 2 回調査結果」もしくは「2025 年度サービス産業生産性協議会調べ」と明記下さい(必要に応じて業種も明記下さい)。
- (3) 掲載・引用の際は 1 部ご送付、または取り扱いメディア(映像・音声も含みます)の情報をお知らせください。

SPRING

■ 2025 年度 JCSI（日本版顧客満足度指数）第 2 回調査結果

顧客満足・推奨意向・感動指標スコア

※各業種のランキング対象企業・ブランドのうち、原則として、顧客満足・推奨意向（おすすめ度）・感動指標の各 3 位以上の企業・ブランドを表示。その他の指標の結果については、別添資料参照。スーパーマーケット、ショッピングセンターについては、サブカテゴリーも表示。

百貨店

顧客満足	スコア	推奨意向(おすすめ度)	スコア	感動指標	スコア
1位 高島屋	76.3	1位 阪急百貨店	72.2	1位 高島屋	58.9
2位 三越	75.7	2位 高島屋	72.1	2位 阪急百貨店	58.1
3位 阪急百貨店	75.3	3位 三越	70.8	3位 大丸	56.0

スーパーマーケット

顧客満足	スコア	推奨意向(おすすめ度)	スコア	感動指標	スコア
1位 オーケー	75.1	1位 コストコ	68.1	1位 コストコ	60.7
2位 業務スーパー	72.8	2位 オーケー	66.9	2位 ドン・キホーテ	52.8
3位 コストコ	72.1	3位 イオン/トライアル	65.5	3位 オーケー	50.8

〔サブカテゴリーの結果〕スーパーマーケット ディスカウントストア

顧客満足	スコア	推奨意向(おすすめ度)	スコア	感動指標	スコア
1位 オーケー	75.1	1位 コストコ	68.1	1位 コストコ	60.7
2位 業務スーパー	72.8	2位 オーケー	66.9	2位 ドン・キホーテ	52.8
3位 コストコ	72.1	3位 トライアル	65.5	3位 オーケー	50.8

〔サブカテゴリーの結果〕スーパーマーケット 総合スーパー等

顧客満足	スコア	推奨意向(おすすめ度)	スコア	感動指標	スコア
1位 イオン	68.6	1位 イオン	65.5	1位 イオン	46.2
2位 ライフ	68.2	2位 ライフ	65.3	2位 ライフ	45.6
3位 マックスバリュ	66.8	3位 イトヨーカドー	62.5	3位 イトヨーカドー	44.8

コンビニエンスストア

顧客満足	スコア	推奨意向(おすすめ度)	スコア	感動指標	スコア
1位 セイコーマート	75.4	1位 セイコーマート	67.4	1位 セイコーマート	49.7
2位 ローソン	68.3	2位 ローソン	62.9	2位 デイリーヤマザキ	46.8
3位 デイリーヤマザキ	68.2	3位 デイリーヤマザキ	61.4	3位 ローソン	41.7

ドラッグストア

顧客満足	スコア	推奨意向(おすすめ度)	スコア	感動指標	スコア
1位 ドラッグストアコスモス	75.5	1位 ドラッグストアコスモス	70.4	1位 ドラッグストアコスモス	49.8
2位 サンドラッグ	71.5	2位 ウエルシア	65.2	2位 ウエルシア	43.5
3位 ウエルシア	69.9	3位 サンドラッグ	65.1	ツルハドラッグ	43.5

宅配便

顧客満足	スコア	推奨意向(おすすめ度)	スコア	感動指標	スコア
1位 ヤマト運輸	75.4	1位 ヤマト運輸	70.7	1位 佐川急便	48.7

【特別調査】QRコード決済

顧客満足	スコア	推奨意向(おすすめ度)	スコア	感動指標	スコア
1位 楽天ペイ	70.4	1位 楽天ペイ	63.5	1位 楽天ペイ	42.2
2位 d払い	69.9	2位 d払い	62.8	2位 d払い	41.8
3位 ファミペイ	68.5	3位 PayPay	62.1	3位 ファミペイ	41.2

【特別調査】電子マネー

顧客満足	スコア	推奨意向(おすすめ度)	スコア	感動指標	スコア
1位 WAON	70.5	1位 WAON	63.3	1位 WAON	39.6
2位 QUICPay	69.8	2位 iD	60.7	2位 楽天Edy	37.5
3位 iD	69.5	2位 楽天Edy	60.7	3位 QUICPay	36.0

【特別調査】ショッピングセンター

顧客満足	スコア	推奨意向(おすすめ度)	スコア	感動指標	スコア
1位 ららぽーと	72.0	1位 ルクア大阪	69.1	1位 ルクア大阪	57.2
2位 天王寺ミオ	71.9	2位 天王寺ミオ	68.3	2位 グランフロント大阪	55.9
3位 ルクア大阪	71.8	3位 グランフロント大阪	68.1	3位 なんばパークス	55.1

〔サブカテゴリーの結果〕ショッピングセンター 多店舗展開

顧客満足	スコア	推奨意向(おすすめ度)	スコア	感動指標	スコア
1位 ららぽーと	72.0	1位 ららぽーと	67.4	1位 ららぽーと	55.0
2位 マルイ (OIOI)	71.7	2位 マルイ (OIOI)	67.3	2位 パルコ (PARCO)	53.7
3位 パルコ (PARCO)	70.0	3位 パルコ (PARCO)	65.6	3位 マルイ (OIOI)	51.4

〔サブカテゴリーの結果〕ショッピングセンター 単館（大阪市内）

顧客満足	スコア	推奨意向(おすすめ度)	スコア	感動指標	スコア
1位 天王寺ミオ	71.9	1位 ルクア大阪	69.1	1位 ルクア大阪	57.2
2位 ルクア大阪	71.8	2位 天王寺ミオ	68.3	2位 グランフロント大阪	55.9
3位 グランフロント大阪	71.4	3位 グランフロント大阪	68.1	3位 なんばパークス	55.1

■ 2025 年度 JCSI 第 2 回調査 顧客満足 1 位企業・ブランド一覧

業種名	企業・ブランド	1位 年数	業種名	企業・ブランド	1位 年数
百貨店	高島屋	初の1位	宅配便	ヤマト運輸	17年連続
スーパーマーケット	オーケー	15年連続	QRコード決済	楽天ペイ	3年連続
コンビニエンスストア	セイコーマート	10年連続	電子マネー	WAON	初の1位
ドラッグストア	ドラッグストアコスモス	15年連続	ショッピングセンター	ららぽーと	2年連続

■ JCSI 調査の概要

1. 今回調査の対象業種／企業・ブランド(2025 年度第 2 回、通算第 82 回調査)：

●今回調査の対象業種は下表「第 2 回」の業種

回	調査期間・発表時期	対象業種
第 1 回	2025 年 4 月 (6 月 17 日発表)	自動車販売店、飲食、カフェ、エンタテインメント、携帯電話、証券 [特別調査] MVNO(仮想移動体通信事業者)
第 2 回	2025 年 5 月～6 月 (7 月 30 日発表)	百貨店、スーパーマーケット、コンビニエンスストア、ドラッグストア、宅配便 [特別調査] QR コード決済、電子マネー、ショッピングセンター
第 3 回	2025 年 7 月 (9 月発表予定)	通信販売、旅行、フィットネスクラブ、銀行 [特別調査] 電力小売、ガス小売、動画配信
第 4 回	2025 年 8 月 (10 月発表予定)	シティホテル、ビジネスホテル、国内長距離交通、教育サービス、生命保険、損害保険(自動車/住宅・火災)
第 5 回	2025 年 10 月 (12 月発表予定)	家電量販店、生活用品店/ホームセンター、衣料品店、各種専門店、近郊鉄道、クレジットカード [特別調査] 映画館

●今回調査の対象企業・ブランドは下表のとおり

*企業・ブランド名は、一般的な呼称、短縮名称等を使用している場合もあります。

*「選定条件」は、年度により異なる場合があります。(詳細は、HP 等で過年度発表資料をご確認ください。)

業種名 (企業・ブランド数)	指数化対象企業・ブランド名 (50 音順)	回答者の選定条件 (今年度)
百貨店(9) (*ランキング対象外(3)を含む)	伊勢丹、そごう、大丸、高島屋、阪急百貨店、三越 (*ランキング対象外：西武百貨店、阪神百貨店、松坂屋)	半年以内に 2 回以上(会計を伴う)利用
スーパーマーケット(12) (*ランキング対象外(2)を含む)	【ディスカウントストア】(5) オーケー、業務スーパー、コストコ、トライアル、ドン・キホーテ (*ランキング対象外：ロピア) 【総合スーパー等】(5) イオン、イトーヨーカドー、西友、マックスバリュ、ライフ (*ランキング対象外：成城石井)	3 か月以内に 2 回以上(会計を伴う)利用
コンビニエンスストア(7) (*ランキング対象外(1)を含む)	セイコーマート、セブンイレブン、デイリーヤマザキ、ファミリーマート、ミニストップ、ローソン (*ランキング対象外：ナチュラルローソン)	1 か月以内に 2 回以上(会計を伴う)利用
ドラッグストア(9) (*ランキング対象外(2)を含む)	ウエルシア、ココカラファイン、サンドラッグ、スギ薬局、ツルハドラッグ、ドラッグストアコスモス、マツモトキヨシ (*ランキング対象外：CREATE、ダイコクドラッグ)	半年以内に 2 回以上(会計を伴う)利用
宅配便(3)	佐川急便、日本郵便、ヤマト運輸	1 年以内に 2 回以上発送し、かつ利用料金を見聞きしたことがある
特別調査： QR コード決済(7) (*ランキング対象外(2)を含む)	au PAY、d 払い、ファミペイ、PayPay、楽天ペイ (*ランキング対象外：AEON Pay、メルペイ)	半年以内に 2 回以上利用

業種名 (企業・ブランド数)	指数化対象企業・ブランド名 (50音順)	回答者の選定条件 (今年度)
特別調査： 電子マネー(6)	iD、QUICPay、Suica、nanaco、楽天Edy、WAON	半年以内に2回以上利用
特別調査： ショッピングセンター (12) (*ランキング対象外(1) を含む)	【多店舗展開】(6) アトレ、アリオ、イオンモール、パルコ (PARCO)、 マルイ (OIOI)、ららぽーと (*ランキング対象外：ルミネ) 【単館 (大阪市内)】(5) グランフロント大阪、天王寺ミオ、なんばCITY、 なんばパークス、ルクア大阪	半年以内に2回以上(会計を伴う)利用

調査企業・ブランド数：65 企業・ブランド

2. 調査期間：2025 年 5 月 21 日～6 月 2 日

3. 調査方法：インターネット・モニターを用いた調査（2 段階にて回答を依頼）

- (1) 1 次回答：調査会社のモニターを用いて、性別・年代別・地域別の人口構成に配慮した形で利用経験の有無についての回答を依頼。今回は約 6.8 万人より回答を得ています。
- (2) 2 次回答：1 次回答が各対象の選定条件に当てはまる回答者約 400 人に、サービスに関する具体的な評価についての回答を依頼しました。
回答依頼は回答者 1 人につき 1 企業・ブランドのみです。
順位に含めた企業・ブランドは 300 人以上の回答を確保しています。

4. 回答者数：19,796 人(順位に含む 54 企業・ブランドの回答者は、17,366 人)

5. 質問数：約 110 問

6. 指数化の方法：

本調査では、顧客期待、知覚品質、知覚価値、顧客満足、推奨意向、ロイヤルティ、感動指標、失望指標、CSR 指標の計 9 指標を算出しています。

各指標を構成する設問は以下の 3 問から 5 問で構成されています。各設問が 10 段階で、その回答から 100 点満点になるように算出されます。複数の設問を「すべてを満点とした」場合は 100 点、「すべてを最低点とした」場合は 0 点となります。

※各企業・ブランドの回答者の点数の平均値をランキングにしています。平均値は小数第 2 位を四捨五入しており、同値の場合、ランキングで同順位としています。

※「●●●」は指数化対象の企業・ブランド名を挿入。

〔顧客満足の設定〕

1. 全体満足：過去 1 年間の利用経験を踏まえて、●●●にどの程度満足していますか。
2. 選択満足：過去 1 年を振り返って、●●●を利用したことは、あなたにとって良い選択だったと思いますか。
3. 生活満足：●●●を利用することは、あなたの生活を豊かにすることに、どの程度役立っていると思いますか。

〔推奨意向(おすすめ度)の設定〕

あなたが●●●について人と話をする際、以下の点を好ましい話題としますか、それとも好ましくない話題として話そうと思いますか。

1. 商品の魅力(基本サービス)
2. 会社としてのサービス(サービス環境)
3. 従業員・窓口対応
4. 情報提供・説明案内

※1.～4. の具体的な設問は各業種によって異なる。

〔感動指標の設問〕

●●●を利用した際、あなたは次のようなことをどの程度経験しましたか。

1. びっくりした
2. うれしい
3. 楽しい
4. 興奮した

7. ランキング対象外企業・ブランドに関して：

- ・ ランキング対象外の企業・ブランドは、順位に含めていません。
- ・ ランキング対象外の企業・ブランドは、「300 人以上確保」や「前回調査実績」等の条件を満たさない企業・ブランドです。

以 上